

SKRIPSI

KONSUMEN DAN IKLAN : Studi Tentang Iklan yang Menyesatkan di Facebook Twitter dan Instagram



Disusun dan Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Syarat-syarat
guna Mencapai Derajat Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

WAHYU AJI CHALIFAR

NIM: C 100.140.141

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan

Dewan Penguji Skripsi Fakultas Hukum

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh

Wahyu Aji Chalifar
C100140141

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kelik Wardiono', with a long horizontal stroke extending to the left.

(Dr. Kelik Wardiono, SH. MH.)

HALAMAN PENGESAHAN

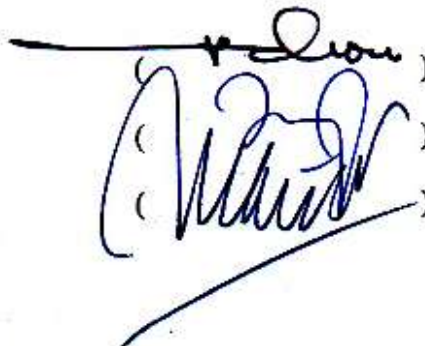
**KONSUMEN DAN IKLAN : Studi Tentang Iklan yang Menyesatkan di
Facebook Twitter dan Instagram**

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh
Dewan Penguji Skripsi Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari kamis tanggal 12 Juli 2018
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Dewan Penguji:

Ketua : Dr. Kelik Wardiono, S.H., M.H.

Sekretaris : Inayah, S.H., M.H.

Anggota : Sudaryono, S.H., M.Hum.



Mengetahui

Dekan Fakultas Hukum

Universitas Muhammadiyah Surakarta



Prof. Dr. Khudzaifah Dimyati, S.H, M.Hum

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Aji Chalifar

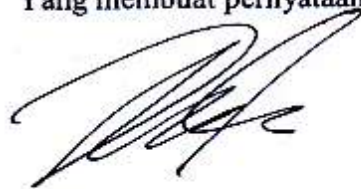
NIM : C100140141

Alamat : Dsn. Gondang RT 07 RW 02 Ds. Rejomulyo Kec. Karangjati Kab. Ngawi

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di Universitas Muhammadiyah Surakarta maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa pihak lain, kecuali arahan dari Dosen Pembimbing Skripsi.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebut nama pengarang dan judul buku aslinya dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Surakarta, 4 Juli 2018
Yang membuat pernyataan



Wahyu Aji Chalifar
NIM C 100. 140. 141

MOTTO

“Sesungguhnya di setiap masalah disertai jalan keluar”

(QS. Al-Insyirah:6)

”Jangan menjelaskan tentang dirimu kepada siapapun, karena yang menyukaimu tidak butuh itu dan yang membencimu tidak percaya itu”

(Ali Bin Abi Thalib)

Begitu anda mengucapkan selamat tinggal kedisiplinan begitu pula anda mengucapkan selamat tinggal pada kesuksesan

(sir Alex Ferguson)

Waktumu terbatas. Jangan menyia-nyiakan waktu dengan menjalani hidup orang lain

(Steve Jobs)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini, penulis mempersembahkan kepada:

1. Allah SWT, yang senantiasa memberikan cinta dan kasih sayang kepada penulis.
2. Bapak dan Ibu yang melahirkan, merawat, dan selalu mendukung dalam keadaan apapun.
3. Kakak saya yang selalu memberi semangat kepada saya untuk menyelesaikan studi.
4. Keluarga besar.
5. Seluruh Dosen Fakultas Hukum UMS.
6. Teman-teman yang menemani perjuangan menuntut ilmu.

KONSUMEN DAN IKLAN : Studi Tentang Iklan yang Menyesatkan di Facebook Twitter dan Instagram

Wahyu Aji Chalifar

C100140141

Fakultas Hukum

Universitas Muhammadiyah Surakarta

wachalifar@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk iklan yang terdapat pada media sosial Facebook Twitter dan Instagram dan mendiskripsikan perlindungan hukum bagi konsumen yang mengkonsumsi produk pada iklan yang menyesatkan pada media sosial Facebook Twitter dan Instagram. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan hukum normatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan, gambar, dan kontent dari sebuah iklan yang terdapat dalam facebook twitter dan instagram dibandingkan dengan sebuah norma konsep hukum yang terdapat dalam undang – undang mengenai iklan yang terdapat dalam iklan pada media sosial Facebook Twitter dan Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan di media sosial facebook, twitter dan instagram masih banyak yang tidak sesuai maupun bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di indonesia. Sedangkan perlindungan hukum bagi konsumen tersebut telah diatur dengan undang-undang yang berlaku.

Kata kunci: Konsumen, Iklan, Media Sosial

CONSUMERS AND ADS: A Misleading Advertising Study on Facebook Twitter and Instagram

Wahyu Aji Chalifar

C100140141

faculty of Law

University of Muhammadiyah Surakarta

wachalifar@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to describe the form of advertising contained on the social media Facebook Twitter and Instagram and describe the legal protection for consumers who consume products in misleading advertising on social media Facebook Twitter and Instagram. The approach method used in this research is normative law approach. The type of research used is descriptive in the form of written or oral words, images, and contents of an advertisement contained in facebook twitter and instagram compared with a legal concept norm contained in the law on advertising contained in advertising on social media Facebook Twitter and Instagram. The results showed that advertising on social media facebook, twitter and instagram still many that are not in accordance with or contrary to the laws and regulations applicable in Indonesia. While the legal protection for the consumer has been regulated by applicable law.

Keywords: Consumer, Advertising, Social Media

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr, Wb

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “KONSUMEN DAN IKLAN : Studi Tentang Iklan yang Menyesatkan di Facebook Twitter dan Instagram”. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa perubahan zaman dari zaman jahiliyah menuju zaman yang dapat kita rasakan saat ini.

Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat sarjana Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan bukan hanya atas usaha dan doa dari penulis saja, namun berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu hingga sampai karya tulis ini terselesaikan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati dan tulus ikhlas, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya
2. Kedua orang tuaku, dengan segala hormat dan bakti saya terimakasih atas pengorbanan yang tidak pernah henti yang selalu memberi doa dan dukungan yang terbaik untuk saya, mengiringi langkah saya untuk mewujudkan cita-cita
3. Bapak Prof. Dr. Khudzaifah Dimyati, S.H, M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta
4. Bapak Dr. Kelik Wardiono, S.H, M.H selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas ilmu, bimbingan, nasehat, arahan, bantuan serta dukungan kepada saya dalam penulisan skripsi ini sehingga saya dapat menyelesaikannya
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada saya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana hukum
6. Bapak dan Ibu Tata Usaha Fakultas Hukum UMS yang telah membantu serta memberikan informasi yang penulis butuhkan
7. Kakakku Wahyu Aji Pradipta, SH tersayang atas doa dan dukungannya
8. Keluarga besarku atas doa dan dukungannya selama ini.
9. Teman-teman satu kontrakan Bagas Nur Hidayat, Ibnu Dwi Utomo, Bagas Perdana dan Rangan Assyisafi Ibrahim yang telah mensupport selama ini.

10. Mahardicha Retno Dwi Hastuti yang telah menyengati selama ini.
11. Teman-teman seperjuangan angkatan 2014 yang selalu memberikan dukungan yang tidak dapat disebut satu persatu.
12. Serta seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan, terimakasih telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini

Dengan ini, penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, maka kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta pembaca dan dapat dijadikan referensi di masa yang akan datang.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Surakarta, 4 Juli 2018

Wahyu Aji Chalifar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Pemikiran.....	8
F. Metode Penelitian	9
G. Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Tinjauan Umum Konsumen	14
1. Pengertian Konsumen	14
2. Hak dan Tanggungjawab Konsumen	14
3. Kedudukan Konsumen	16
B. Tinjauan Umum Pelaku Usaha	16
1. Pengertian Pelaku Usaha	16
2. Hak dan Kewajiban pelaku Usaha	17

C. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen.....	18
D. Tinjauan umum Barang dan Jasa	20
1. Pengertian	20
E. Tinjauan Umum Iklan	21
1. Pengertian Iklan.....	21
2. Jenis Iklan.....	21
3. Bentuk Media Iklan	23
4. Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan	28
F. Tinjauan Umum tentang Iklan di Media Sosial	28
1. Pengertian Media Sosial.....	28
2. Karakteristik Media Sosial	29
3. Jenis Media Sosial	31
4. Definisi Facebook	32
5. Definisi Instagram	32
6. Definisi Twitter	33
7. Peraturan iklan di Media Sosial	34
 BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 52
A. HASIL PENELITIAN	52
B. PEMBAHASAN	76
1. Bentuk iklan yang terdapat pada media sosial Facebook	
Instagram dan Twitter	76

a. Merendehkan produk lain.....	76
b. Kurangnya informasi mengenai potongan harga.....	78
c. Menggunakan kata-kata yang berlebihan	82
d. Mengandung janji yang belum pasti.....	84
e. Bahaya / resiko penggunaan produk.....	87
f. Mengelabui garansi atau jaminan	90
g. Memuat miras, narkoba dan zat aditif	92
h. Menampilkan anak balita kecuali produk yang diperuntukan untuk balita	93
i. Mencantumkan data ilmiah yang tidak valid.....	95
j. Tidak menghormati hak kekayaan intelektual.....	97
k. Memuat tanda steris yang digunakan untuk menyembunyikan sesuatu.....	99
l. Menampilkan kekerasan	101
m. Meniru iklan produk lain	102
n. Menyatakan “selama persediaan masih ada” atau yang sama lainnya	104
o. Menampilkan gambar yang senonoh atau kearah pornografi maupun pornoaksi.....	105
p. Syarat dan ketentuan.....	107
q. Iklan pangan harus ada label halal.....	109
2. Perlindungan hukum bagi konsumen yang mengonsumsi barang atau jasa pada iklan yang menyesatkan pada media sosial Facebook Instragam dan Twitter	111

BAB IV PENUTUP	121
----------------------	-----

A. Kesimpulan	121
---------------------	-----

B. Saran	122
----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Contoh gambar iklan di media sosial Facebook Twitter dan instagram